

メ環研の「メ」からウロコ

# ポッドキャストユーザーってどんな人？

2021.10.21

博報堂DYメディアパートナーズ メディア環境研究所



## 著作権などについて

調査結果を用いたグラフなどに含まれる一切の情報にかかる著作権などの一切の権利は、株式会社博報堂DYメディアパートナーズに帰属します。

ユーザーの方々は、これらの情報を表示、複製、掲載、印刷などを行うことができます。

ただし、調査結果を用いたグラフなどに含まれる一切の情報そのものを改変することは認められません。

また、ご利用の場合には、出典として

博報堂DYメディアパートナーズ メディア環境研究所 「ポッドキャストユーザー価値観調査2021」

を必ず明記してください。

## はじめに

近年注目を集める音声市場の中でも特に活況な「ポッドキャスト」。  
今いち早く生活に取り入れているポッドキャストユーザーとは  
どのような人なのでしょうか？

### 「ポッドキャストユーザー価値観調査2021」

「ポッドキャストユーザー＝月一回以上利用」の実態と価値観を調べました。


- ・手法 : インターネット調査
- ・対象者 : 全国15～69歳男女
  - ・スクリーニング調査 13100s
  - ・ポッドキャストユーザー 572s

\*ポッドキャストユーザー出現率と人口構成比に準じてWB集計を実施

- ・調査期間:2021年10月5日～12日

<基本>

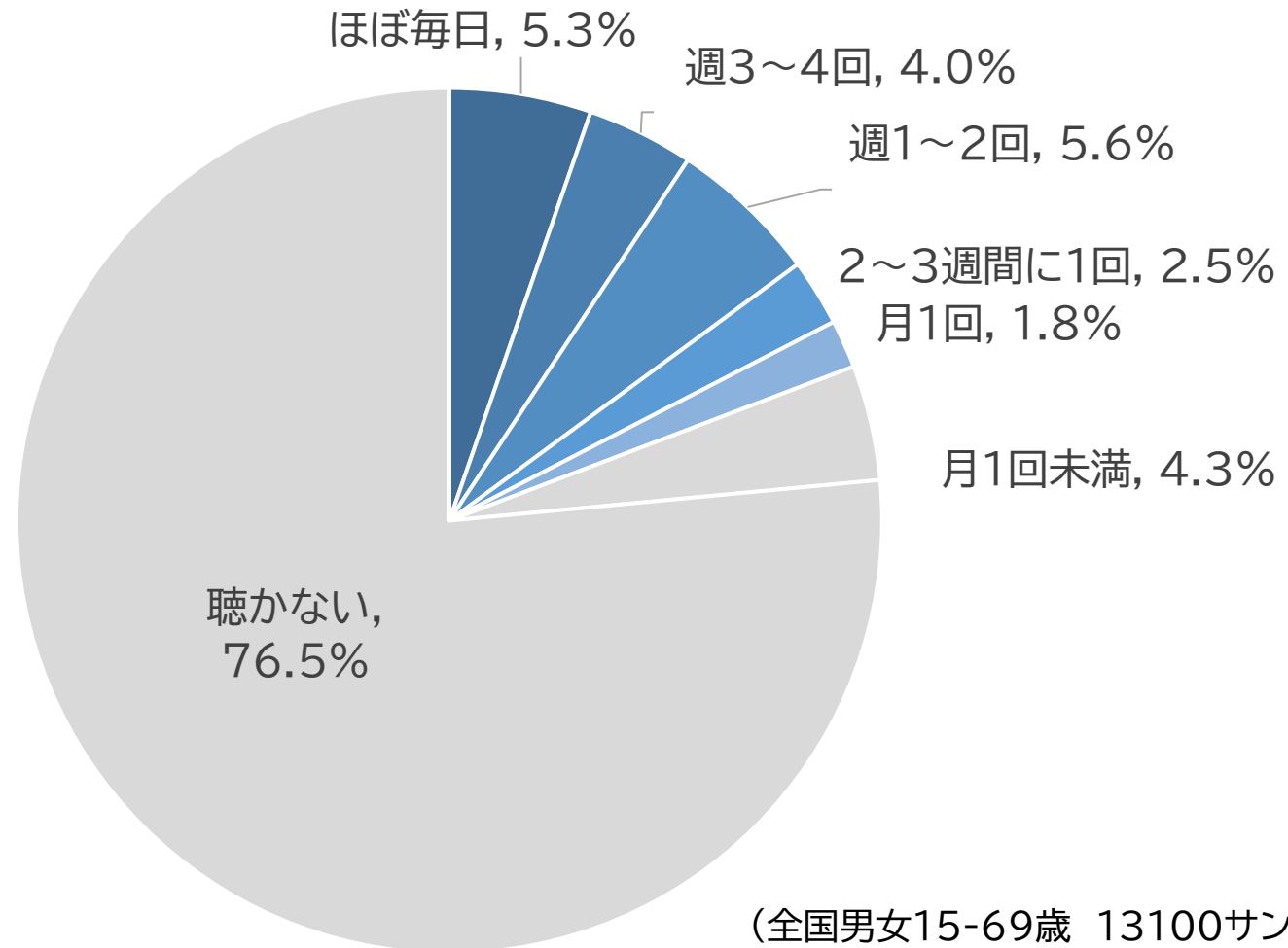
ポッドキャストユーザーの数と属性は？



## ユーザーのボリューム

- ポッドキャストを月1回以上利用するユーザーは19.2%

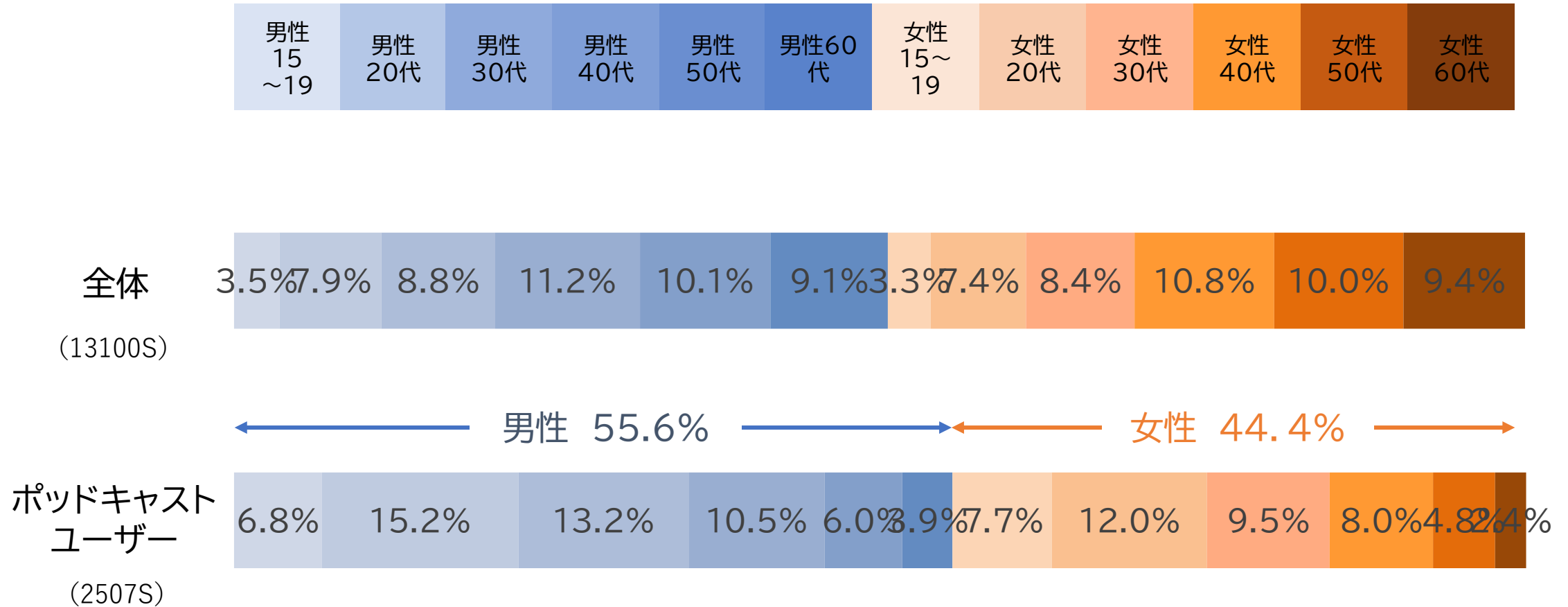
### ポッドキャストを聴く頻度



(全国男女15-69歳 13100サンプル)

# 性年代の構成

ポッドキャストユーザーは男性がやや多く、男女ともに20代～40代が中心。  
(40代以下で82.9%)



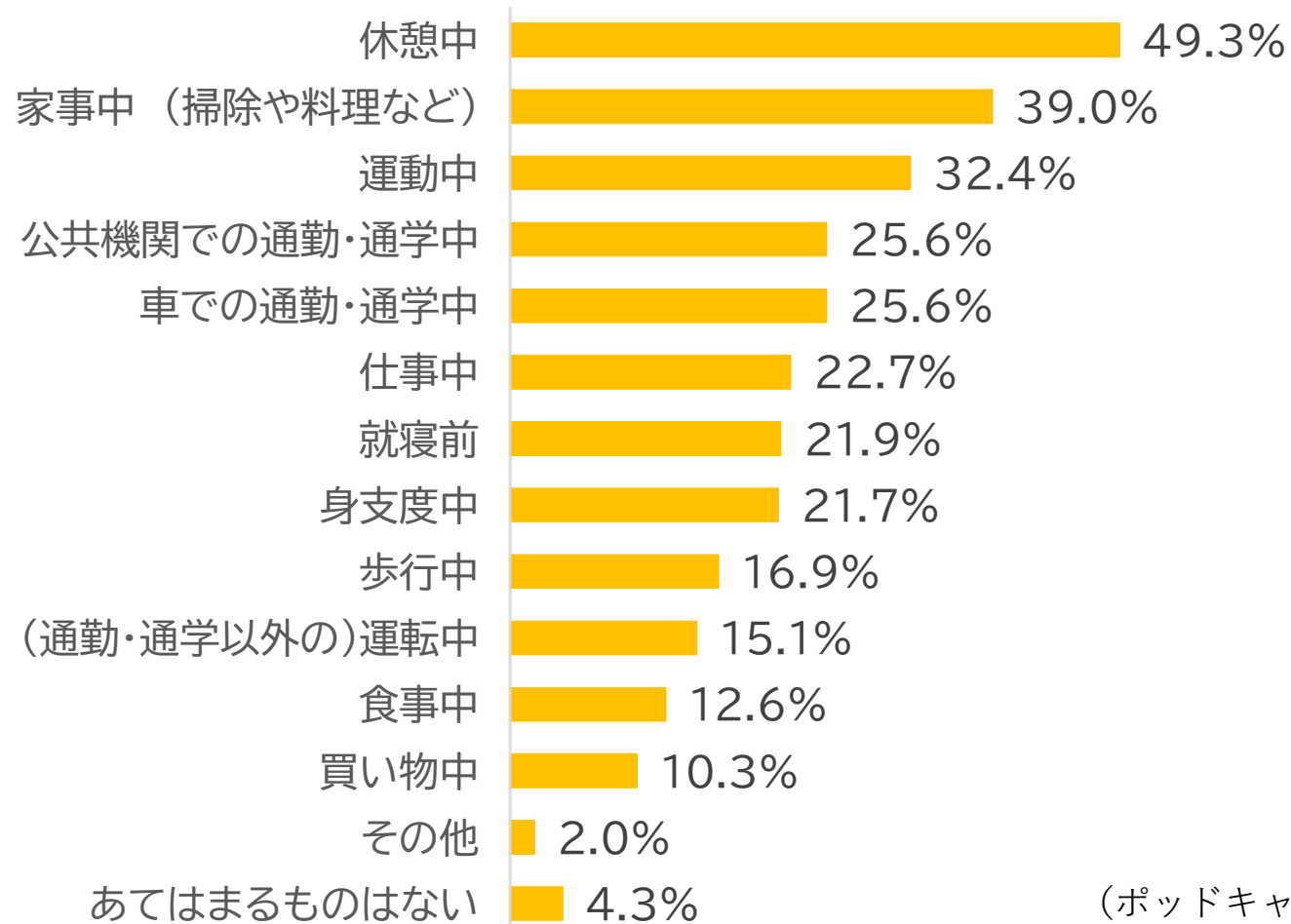
ポッドキャストはいつ、何のために聴くのか？

---

# ポッドキャスト聴取シーン

3大聴取シーンは、「休憩中」(49.3%)、「家事中」(39.0%)、「運動中」(32.4%)

Q.あなたはどのような時に「ポッドキャスト」を聴きますか？あてはまるシーンを全てお答えください。



(ポッドキャストユーザー=572S)



# ポッドキャスト聴取シーン

年代別で見ると、10～20代は「通勤・通学」、30～40代は「家事中」、50～60代は「就寝前」が特徴的に多い。

ユーザー全体より  
■ +10pt以上 ■ +5pt以上  
■ -10pt以下 ■ -5pt以下

	n	1 休憩中	2 家事中 (掃除や料理など)	3 運動中	4 公共機関での通勤・通学中	5 車での通勤・通学中	6 仕事中	7 就寝前	8 身支度中	9 歩行中	10 運転中 (通勤・通学以外の)	11 食事中	12 買い物中	その他	あてはまるものはない
ポッドキャストユーザー全体	572	49.3%	39.0%	32.4%	25.6%	25.6%	22.7%	21.9%	21.7%	16.9%	15.1%	12.6%	10.3%	2.0%	4.3%
10～20代ユーザー	249	50.7%	35.3%	35.1%	31.3%	21.8%	26.1%	21.1%	24.8%	18.2%	14.9%	15.6%	11.6%	2.5%	6.9%
男性10～20代ユーザー	133	53.2%	33.4%	35.4%	33.0%	20.4%	32.0%	18.9%	26.4%	17.3%	14.6%	16.6%	11.1%	1.8%	3.3%
女性10～20代ユーザー	116	47.7%	37.4%	34.6%	29.3%	23.3%	19.3%	23.7%	22.9%	19.3%	15.3%	14.6%	12.1%	3.2%	10.9%
30～40代ユーザー	235	44.4%	44.2%	34.1%	22.6%	28.5%	21.7%	19.5%	21.7%	16.2%	15.9%	10.5%	10.7%	1.4%	2.3%
男性30～40代ユーザー	134	48.8%	45.1%	36.6%	23.5%	29.1%	28.2%	19.3%	23.0%	18.1%	19.7%	8.7%	12.9%	0.9%	3.3%
女性30～40代ユーザー	101	38.5%	43.1%	30.7%	21.5%	27.8%	13.0%	19.8%	20.0%	13.6%	10.7%	13.0%	7.7%	2.1%	0.9%
50～60代ユーザー	89	58.3%	35.5%	20.5%	17.8%	28.8%	16.0%	30.5%	12.7%	15.3%	13.8%	9.8%	5.8%	2.3%	2.3%

# ポッドキャストの利用目的

10～20代は「好きな人の話を聴く」、「目を休める」が特徴的に高い。30～40代は男女差。男性は「情報収集」「専門的知識」「ニュース」「教養」「暇つぶし」、女性は「音楽」「気分転換」

	n	1 「音楽」を聴くため	2 「情報収集」のため	3 「アイドル・俳優・芸人・声優など好きな人の話を聴くため」	4 「自分の関心分野の「専門的知識」を得るため」	5 「暇つぶし」のため	6 「ニュース」を知るため	7 「教養」を深めるため	8 「気分転換」のため	9 「目を休める」ため	10 「ラジオ番組」を聴くため	11 「語学学習」のため	12 その他	あてはまるものはない
ポッドキャストユーザー全体	572	36.9%	34.6%	32.6%	29.5%	28.4%	28.0%	27.4%	24.2%	17.6%	17.3%	14.5%	0.9%	4.0%
10～20代ユーザー	249	31.8%	34.0%	38.5%	29.2%	27.6%	26.5%	25.7%	17.6%	23.7%	14.4%	14.4%	1.3%	5.6%
男性10～20代ユーザー	133	28.8%	32.8%	38.1%	33.9%	29.5%	31.3%	21.7%	19.2%	25.7%	9.1%	12.5%	0.0%	4.1%
女性10～20代ユーザー	116	35.3%	35.4%	39.0%	23.8%	25.4%	21.0%	30.3%	15.7%	21.4%	20.5%	16.6%	2.8%	7.2%
30～40代ユーザー	235	36.5%	35.9%	34.0%	30.9%	29.6%	31.7%	30.1%	27.0%	15.4%	17.0%	14.9%	0.5%	3.1%
男性30～40代ユーザー	134	30.0%	41.5%	34.7%	38.3%	34.3%	33.8%	32.4%	20.6%	14.8%	18.1%	17.1%	0.0%	3.3%
女性30～40代ユーザー	101	45.1%	28.3%	33.0%	21.1%	23.4%	29.0%	27.1%	35.3%	16.2%	15.7%	11.9%	1.1%	2.8%
50～60代ユーザー	89	52.0%	33.1%	12.4%	26.7%	27.3%	22.6%	24.7%	35.5%	6.5%	26.0%	14.0%	0.8%	1.8%

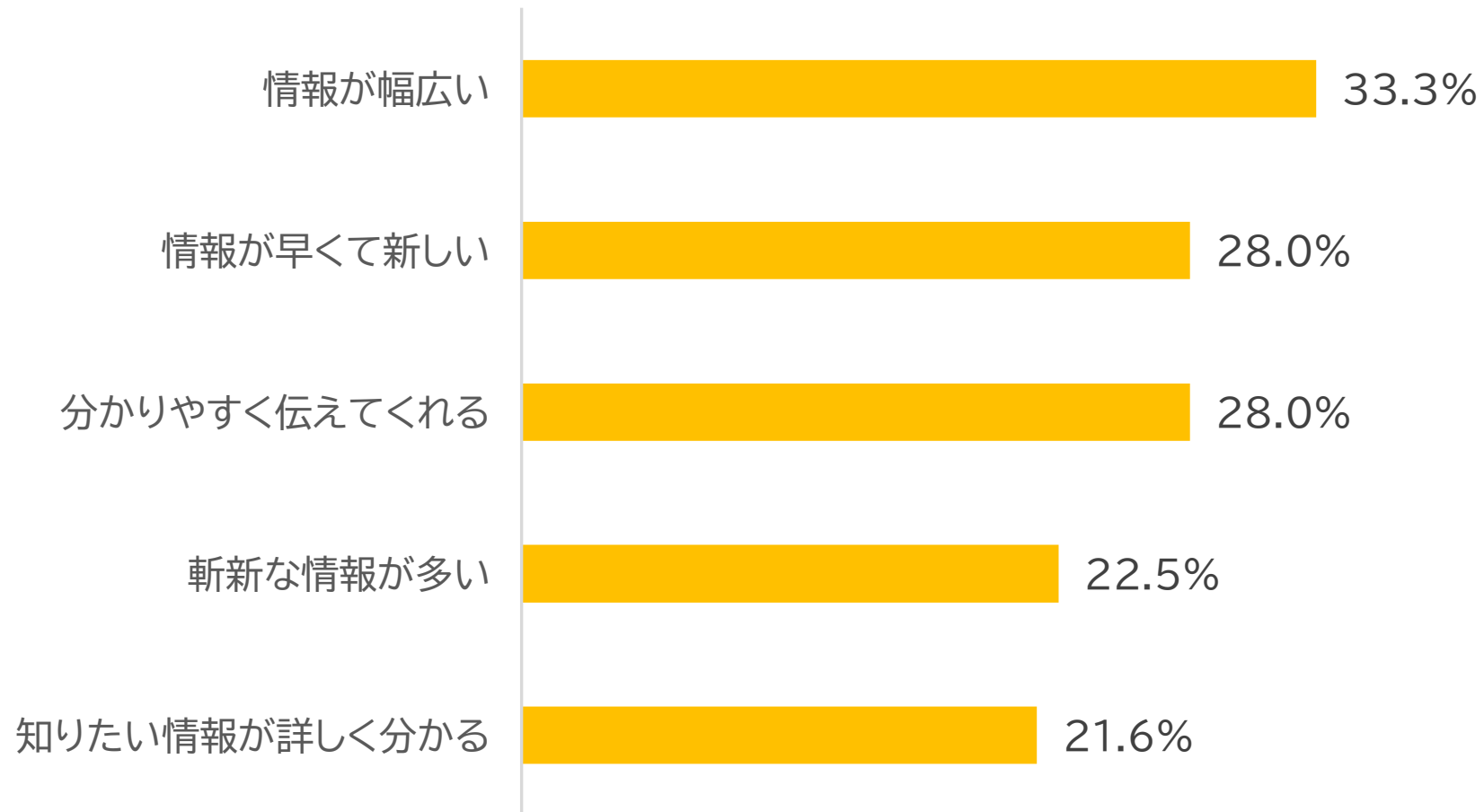
ユーザー全体より  
■ +10pt以上 ■ +5pt以上  
■ -10pt以下 ■ -5pt以下

ポッドキャストの魅力は？



## ポッドキャストのイメージTop5

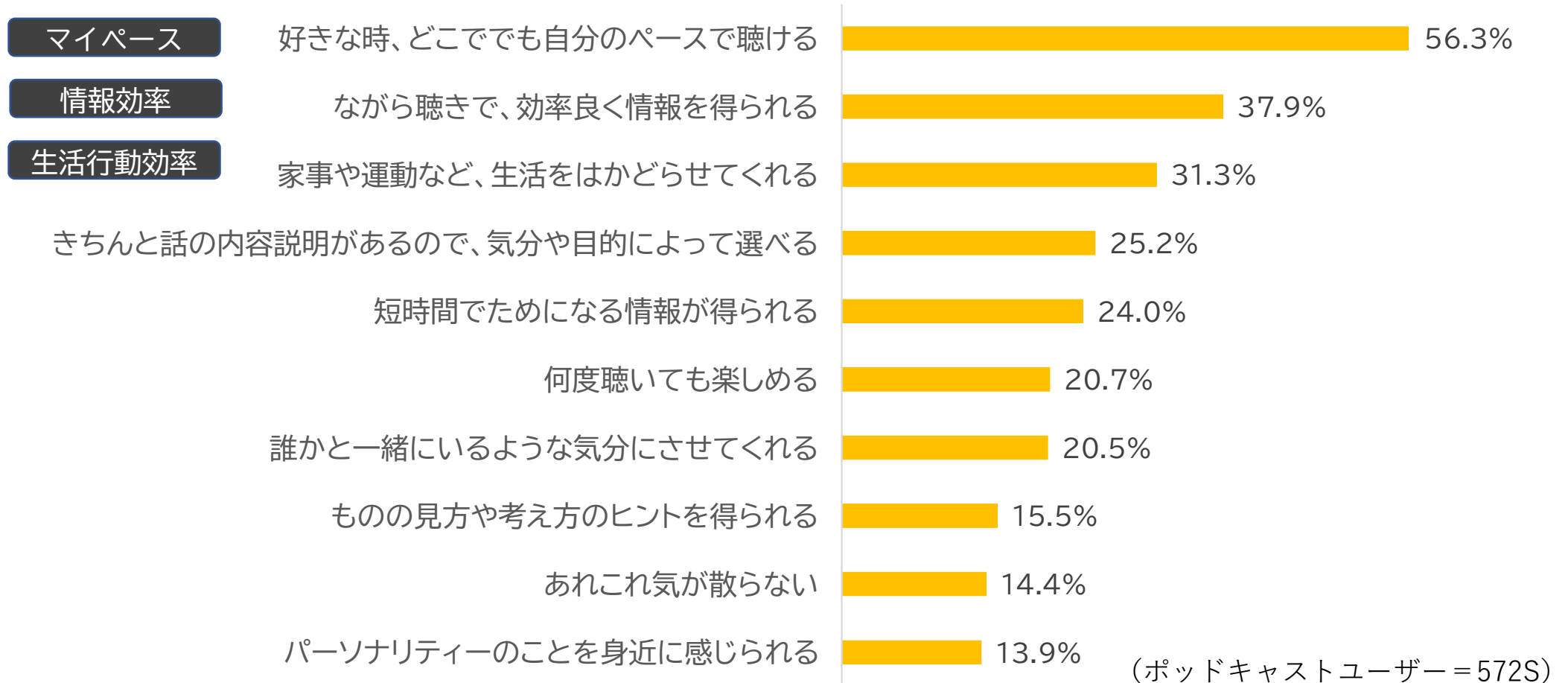
ユーザーからのイメージは、「情報が幅広い」が最も多く、次いで同率で「情報が早くて新しい」「わかりやすく伝えてくれる」



(ポッドキャストユーザー=572S)

## ポッドキャストの魅力 Top10

上位は、「好きな時、どこでも自分のペースで聴ける」「ながら聴きで、効率よく情報を得られる」「家事や運動など生活をはかどらせてくれる」など、情報インプットと生活行動の効率を高めてくれることが魅力にあがる。



# ポッドキャストの魅力（年代別）

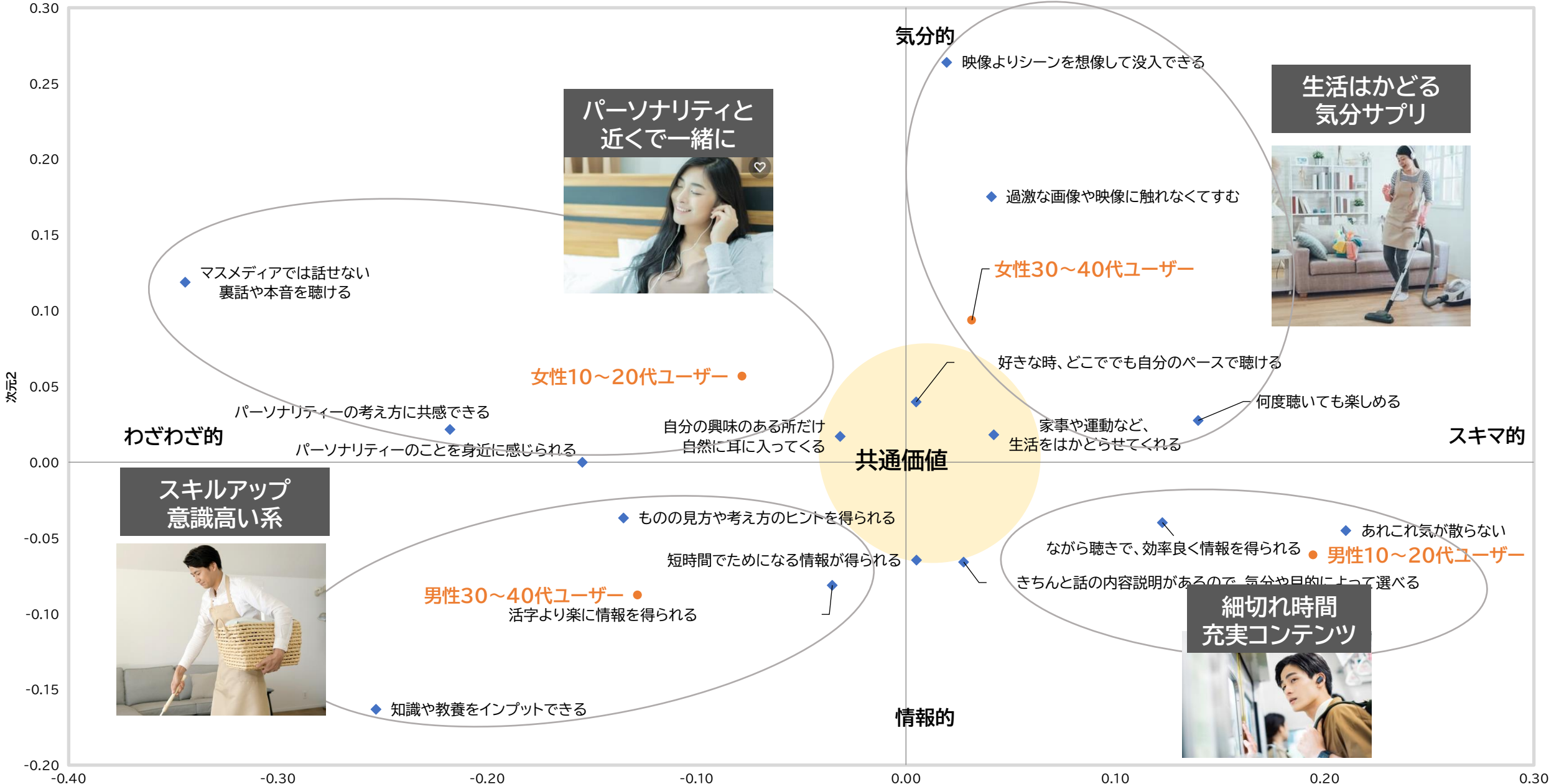
10～20代は「誰かと一緒にいるような気分にさせてくれる」が、男性30～40代は「ものの見方やヒントを得られる」「知識や教養をインプットできる」、女性30～40代ユーザーは「映像より、話されているシーンを想像して没入できる」が特徴的に高い。

	n	1 好きな時、どこでも自分のペースで聴ける	2 ながら聴きで、効率良く情報を得られる	3 家事や運動など、生活をほかど	4 で、ちゃんと話の内容説明があるの	5 れる短時間でためになる情報が得ら	6 何度聴いても楽しめる	7 誰かと一緒にいるような気分に	8 得られるものの見方や考え方のヒントを	9 あれこれ気が散らない	10 に感じられるパーソナリティーのことを身近	11 ら本などに活字を読むのに比べて、	12 知識や教養をインプットできる	13 耳に入っている興味のある所だけ自然に	14 感でできるパーソナリティーの考え方に共	15 す過激な画像や映像に触れなくて	16 や本音を聴けるマスメディアでは話せない裏話	17 を映像より、話されているシーン	18 その他	19 あてはまるものはない
ポッドキャストユーザー全体	572	56.3%	37.9%	31.3%	25.2%	24.0%	20.7%	20.5%	15.5%	14.4%	13.9%	13.7%	13.4%	12.1%	10.6%	9.3%	8.6%	7.7%	0.3%	5.4%
10～20代ユーザー	249	49.4%	36.2%	33.4%	25.4%	24.6%	19.1%	25.8%	12.1%	15.9%	13.2%	12.4%	7.9%	10.4%	10.3%	9.6%	7.1%	7.5%	0.3%	6.9%
男性10～20代ユーザー	133	47.8%	42.1%	33.1%	26.4%	24.6%	21.4%	23.7%	11.0%	18.9%	10.3%	12.3%	7.0%	10.3%	7.0%	8.8%	3.1%	6.4%	0.6%	5.3%
女性10～20代ユーザー	116	51.4%	29.4%	33.8%	24.1%	24.6%	16.5%	28.2%	13.3%	12.5%	16.5%	12.5%	8.9%	10.5%	14.1%	10.5%	11.7%	8.9%	0.0%	8.8%
30～40代ユーザー	235	56.3%	39.5%	33.2%	26.6%	24.8%	19.6%	19.7%	18.9%	13.7%	15.3%	14.0%	15.3%	14.4%	11.9%	10.8%	11.0%	9.4%	0.0%	4.7%
男性30～40代ユーザー	134	54.7%	38.5%	32.7%	28.6%	27.2%	17.6%	21.2%	20.6%	12.9%	17.1%	15.7%	18.8%	14.3%	13.6%	8.7%	12.0%	6.8%	0.0%	5.4%
女性30～40代ユーザー	101	58.5%	40.9%	33.9%	23.9%	21.5%	22.3%	17.7%	16.6%	14.7%	12.8%	11.7%	10.7%	14.5%	9.6%	13.6%	9.8%	12.8%	0.0%	3.8%
50～60代ユーザー	89	75.4%	38.2%	20.3%	21.3%	20.1%	27.8%	8.0%	16.3%	11.9%	11.9%	16.5%	23.7%	10.5%	7.9%	4.4%	6.4%	3.9%	1.2%	3.0%

ユーザー全体より  
■ +10pt以上 ■ +5pt以上  
■ -10pt以下 ■ -5pt以下

# ユーザーパーソナリティ

コレスポネンス分析 次元1 × 次元2



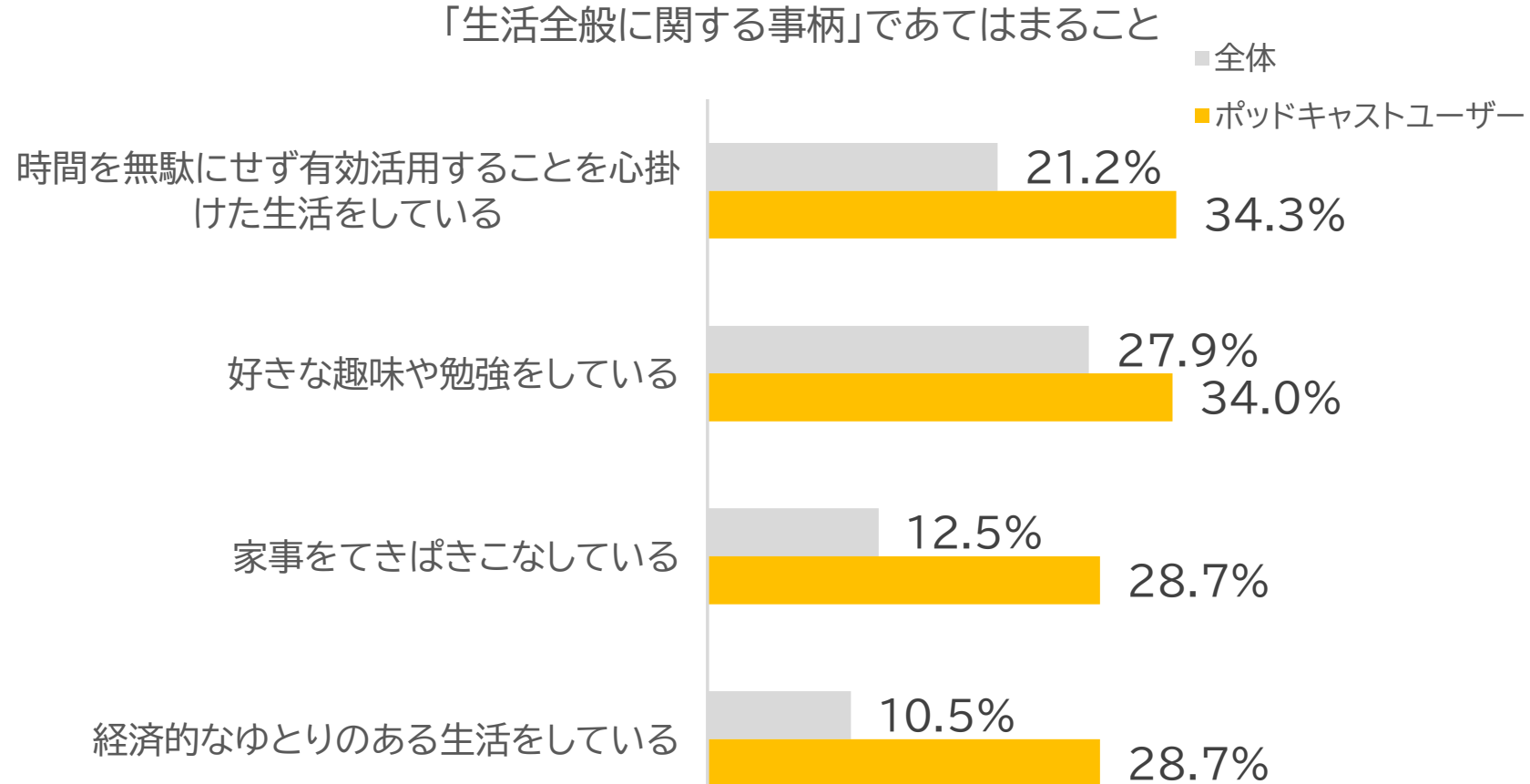
ポッドキャストユーザーの価値観は？

---



## 生活全般について

「時間を無駄にせず有効活用」し、「好きな趣味や勉強」をし、「家事をてきぱきこなしている」、まさに生活充実派。  
また、「経済的なゆとりのある生活」をしている。



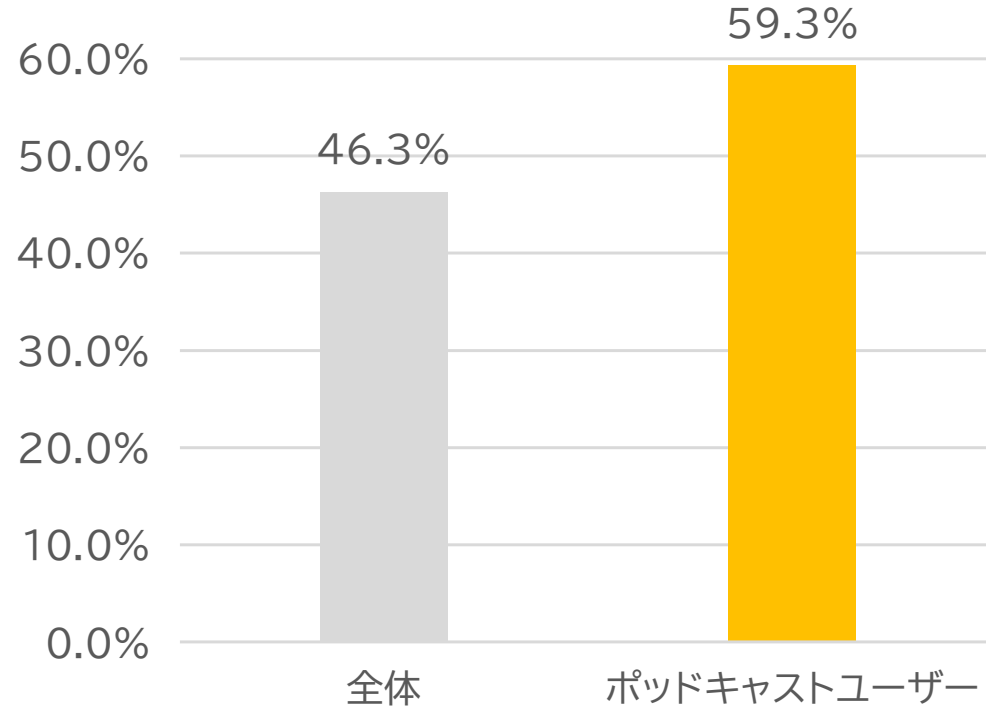
## 生活の中の価値観・願望 ①

家事や育児など、日々を丁寧に暮らしたいと希望する人が多い。

\*あてはまる+やや計

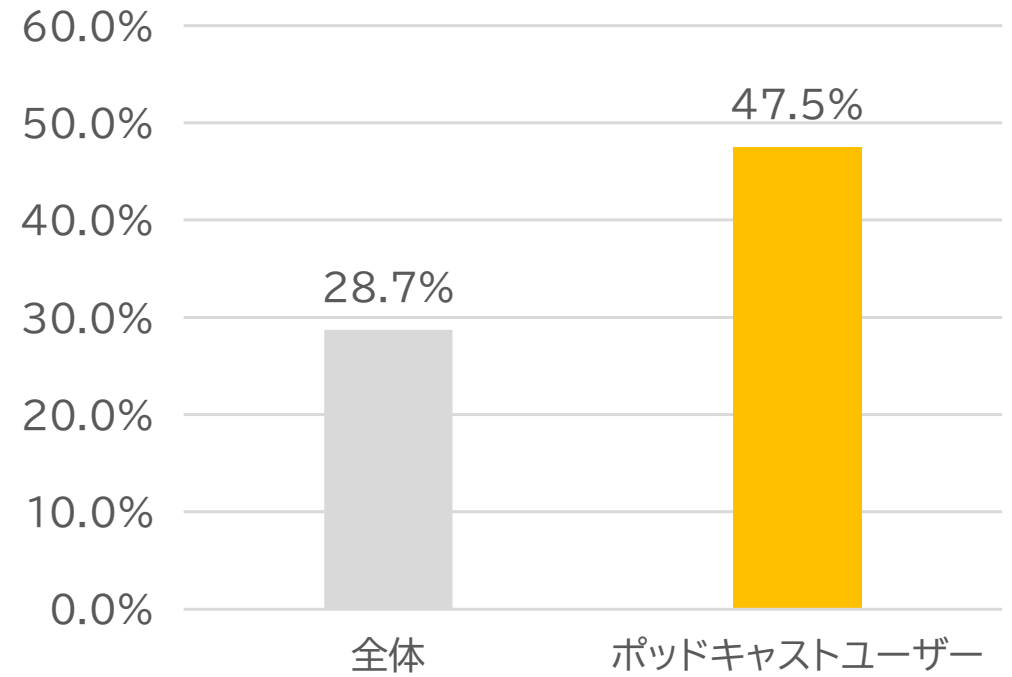
### 時間

あくせくせず、「時間をかける」  
ことを楽しみながら暮らしたい



### 手間暇

家事や育児など手間暇かけて  
日々の暮らしを楽しみたい



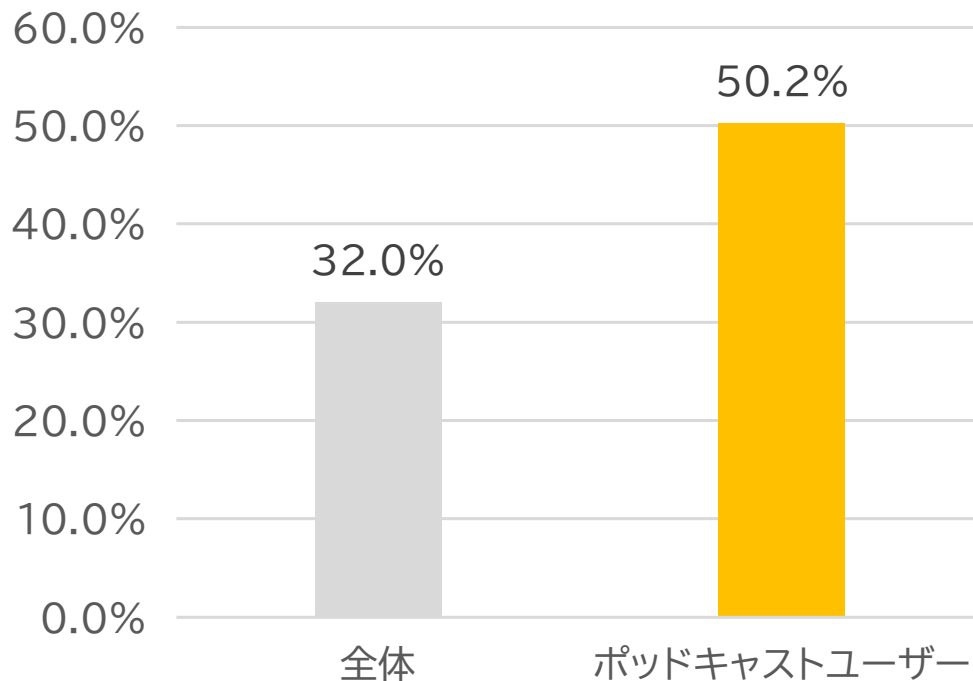
## 生活の中の価値観・願望 ②

保守的ではなく、半数が「常に新しいものから刺激を受ける暮らし」  
「未体験のことにチャレンジして自分を成長させたい」。

\*あてはまる+やや計

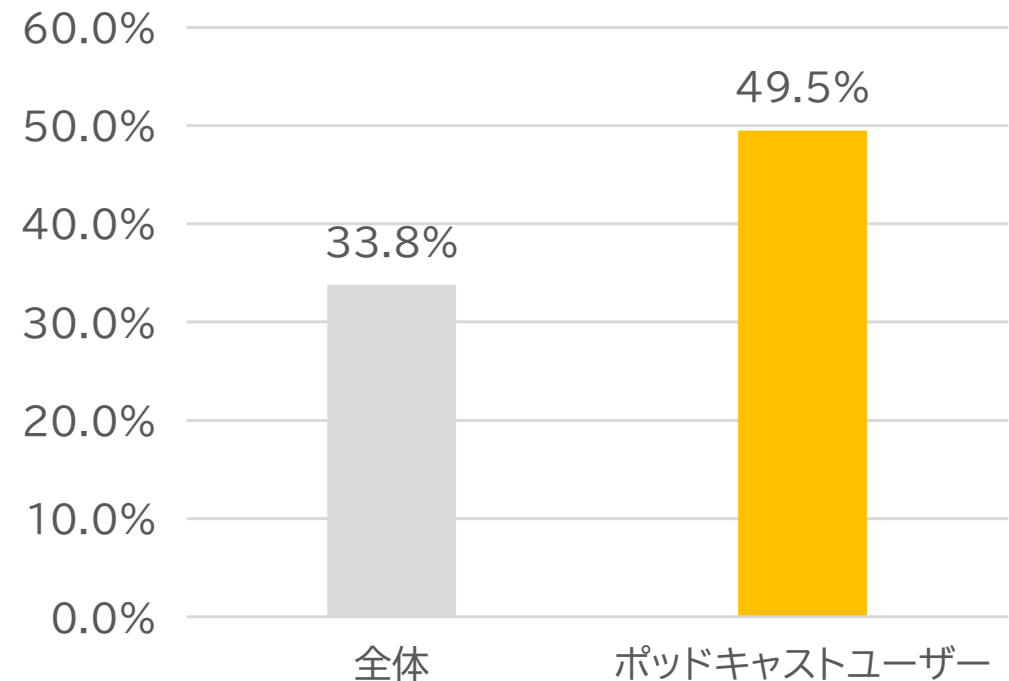
### 刺激

常に新しいものから刺激を受ける  
暮らしがしたい



### チャレンジ&成長

未体験のことにチャレンジして  
自分を成長させていきたい



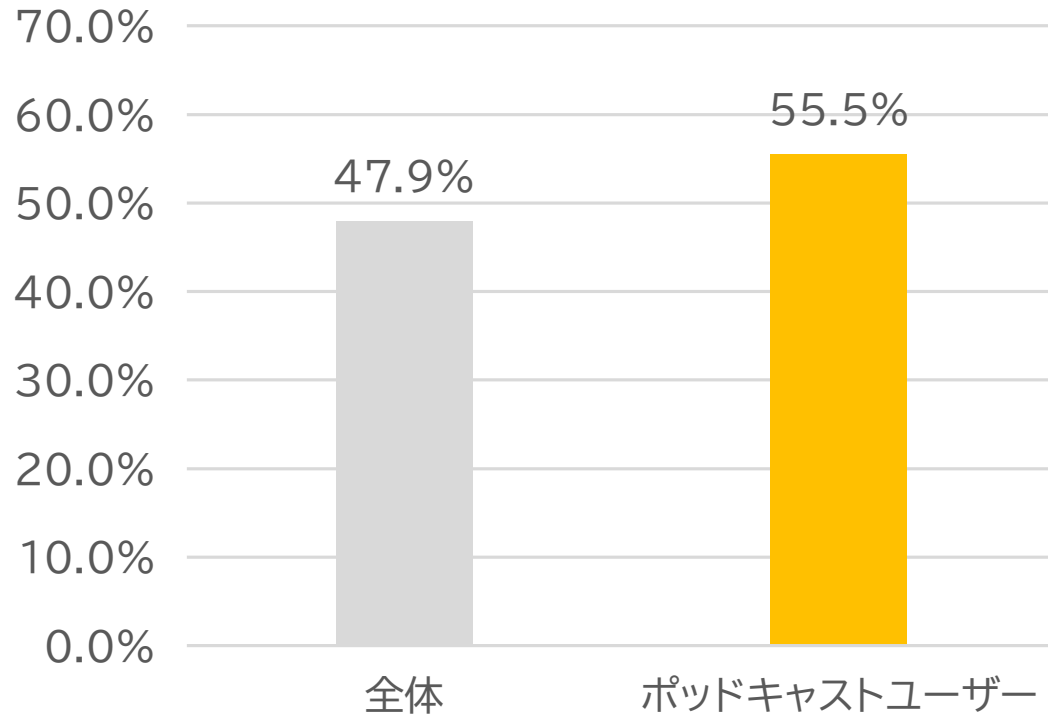
## 生活の中の価値観・願望 ③

好きなこと・趣味は、“深める”だけでなく、“増やし広げながら”暮らしたい。

\*あてはまる+やや計

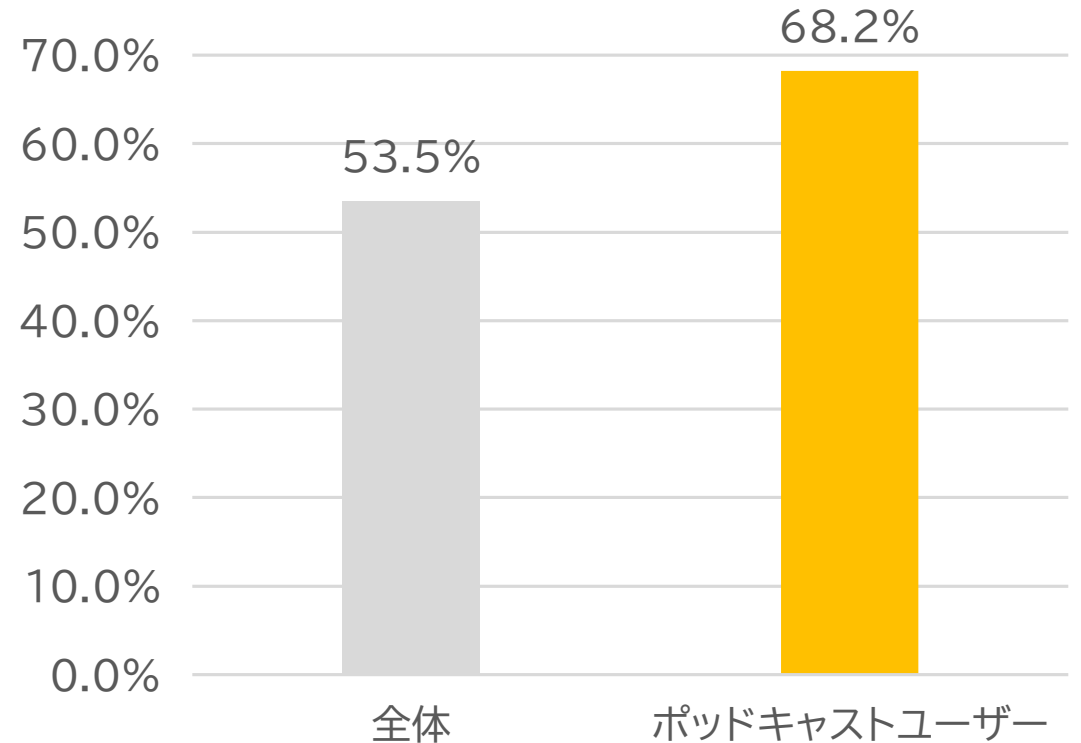
### 深める

生活の中心にするほどに  
趣味や好きなことを深く極めたい

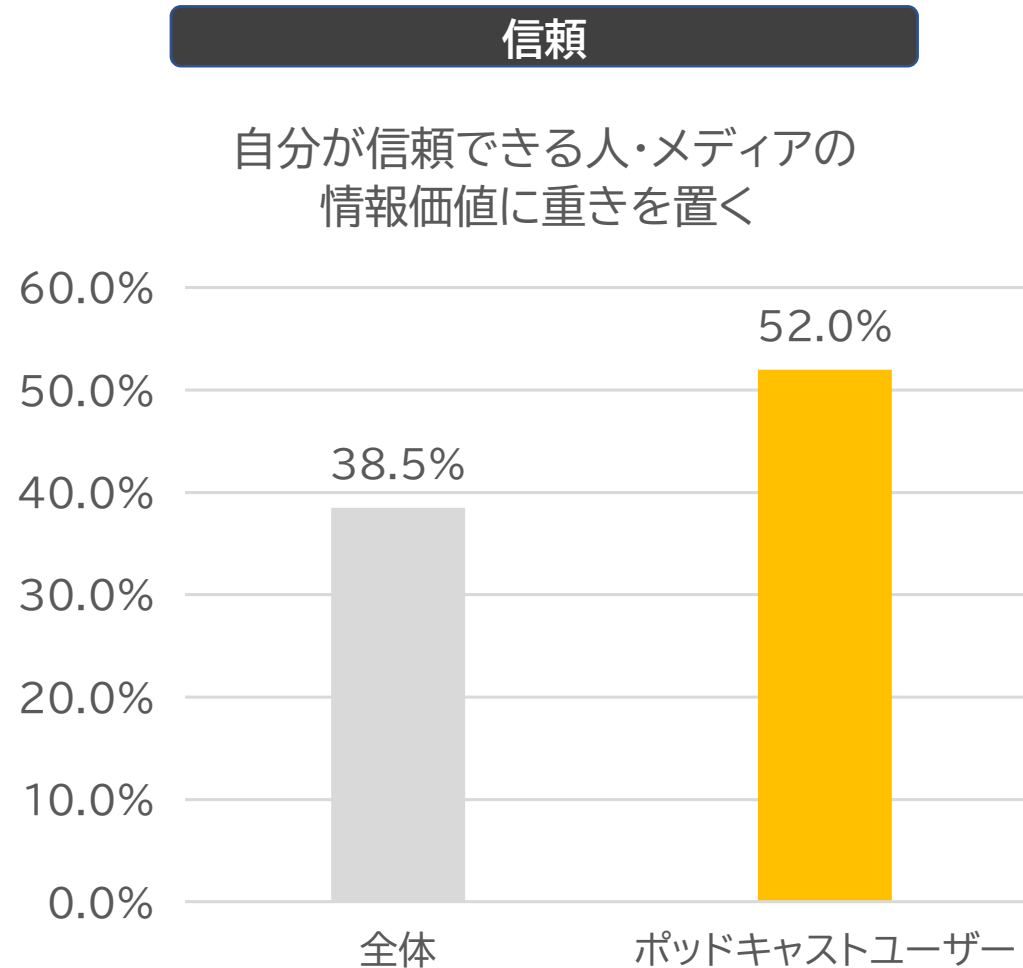


### 増やし広げる

自分の好きなこと・興味を持てること  
をできるだけ増やしながらか暮らしたい



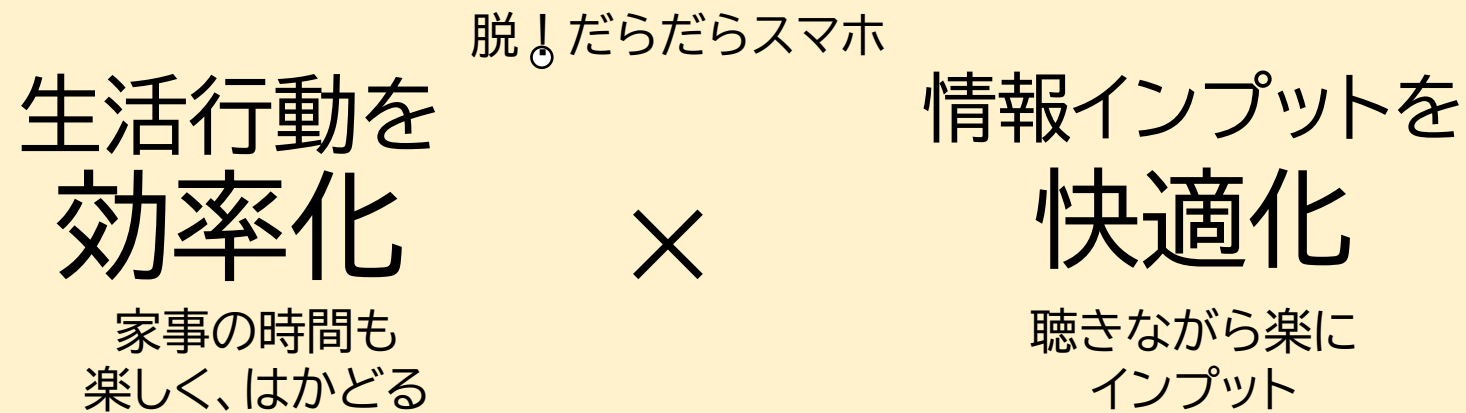
# 「自分が信頼できる人・メディアの情報価値に重きを置く」人が過半数



\*あてはまる+やや計

## ポッドキャストユーザー調査からのポイント

ポッドキャストユーザーは、  
時間を無駄にせず有効活用することを心掛けて暮らす先端層。



聴きながら、知識より「考え方」、  
ピンポイントの検索より「幅広い情報」をキャッチ